

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi Massa**

Definisi komunikasi massa ialah pesan yang di komunikasikan melalui media pada sejumlah banyak orang. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa harus cara penyampaiannya harus melalui media agar sampai kepada khalayak banyak, jika tidak melalui media, maka tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa. Media komunikasi seperti radio, siaran televisi, digital elektronik, surat kabar, majalah-majalah serta film-film yang tayang dibioskop maupun platform lainnya (Romli, 2016).

Sementara itu menurut Lasswell (1948) komunikasi yaitu pengiriman pesan dari suatu sumber kepada penerima pesan. Suatu komunikasi dapat terjalin dengan baik jika di dalamnya terdapat korespondensi atau keadaan berbagi makna. Kemampuan berkomunikasi menurut Baran (2011) harus di setarakan dalam contoh disini, komunikasi tidak dapat terjalin dengan baik antara professor dengan mahasiswa, antara orang dewasa dengan bayi mereka dapat berkomunikasi namun tidak dapat terjalin dengan baik sebab kemampuan penerimaannya sangat berbeda.

Komunikasi massa merupakan pesan yang dikomunikasikan lewat media massa bagi sejumlah orang (Elvinaro dan Lukiati, 2007:3). Komunikasi massa tentu berkaitan dengan media massa, namun yang dimaksud dalam komunikasi massa berbeda pengertiannya. Arti massa pada komunikasi massa lebih mengerucut kepada penerima

pesan yang berkaitan dengan media massa, jadi massa disini menunjuk tepatnya kepada *audience*, khalayak, penonton, pemirsa, ataupun pembaca yang berhubungan dengan media massa (Nurudin, 2007).

## **2.2 Karakteristik Komunikasi Massa**

Tiap orang yang memakai komunikasi massa seperti sarana untuk melaksanakan aktivitas komunikasi diharuskan paham akan karakteristik komunikasi massa (Liliweri, 2011: 37-39).

Berikut merupakan karakteristik massa bagi Liliweri (2011:) ialah:

### **a. Sifat Komunikator**

Pada dasarnya sesuai dengan hakikat yang ada, kepemilikan media massa berbentuk lembaga, yayasan, organisasi atau uoaya memiliki struktur, fungsi, serta tujuan spesifik.

### **b. Sifat pesan**

Pesan komunikasi massa biasanya berbentuk umum, yaitu mengenai bermacam hal.

### **c. Sifat media massa**

Seringkali komunikasi massa mengandalkan suatu jasa guna membagikan pesan. Dengan itu, berbagai pesan dapat dijangkau oleh konsumen dengan cepat dan tepat.

### **d. Sifat komunikan**

Komunikan ialah konsumen pada komunikasi massa. Konsumen disini berasal dari masyarakat umum yang beragam dan jumlahnya besar. Biasanya diantara mereka

tidak kenal satu sama lain namun dapat menerima jenis pesan dalam waktu sesuai dari suatu media massa tertentu.

e. Sifat efek

Ada tiga efek dari komunikasi massa yang dilihat dari teori hierarki efek, pertama adalah efek kognitif (pesan komunikasi massa dapat merubah cara pandang, pendapat maupun menambah pengetahuan seseorang), kedua efek afektif (pesan komunikasi massa berakibat bergantinya suatu perasaan dari konsumen), serta ketiga efek konatif (pesan komunikasi massa dapat membuat masyarakat memilih keputusan).

f. Sifat umpan balik

Umpan balik dari komunikasi massa ini bersifat tertunda. Pengembalian tanggapan untuk pesan setelah suatu media beredar itu tidak terjadi pada saat yang sama.

### **2.3 Fungsi Komunikasi Massa**

Fungsi dari komunikasi massa menurut Effendi (2003) yaitu penafsiran (berbentuk komentar dan opini yang ditujukan bagi konsumen, kemudian dilengkapi perspektif), kedua penyebaran nilai-nilai (dengan cara media massa didengar, ditonton serta dibaca), ketiga hiburan (sebagai penghibur), keempat informasi (penyebar informasi bagi pendengar, pembaca, maupun pemirsa), kelima pendidikan (pengajaran nilai dan aturan yang berlaku bagi konsumen), lalu keenam mempengaruhi, ketujuh proses pengembangan mental (berkaitan dengan perilaku dan kesadaran manusia, lalu meyakinkan (memperkuat, dan menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu).

Terdapat fungsi komunikasi massa bagi publik dan perorangan. Menurut McQuail (2000) fungsi komunikasi massa pada publik yaitu sebagai sarana keterangan, hiburan dan mobilitasi. Sedangkan fungsi komunikasi pada perorangan ialah sebagai sarana kabar, identitas pribadi, dan hubungan ke sesama (McQuail, 2000).

#### **2.4 Proses Komunikasi Massa**

Proses merupakan suatu peristiwa yang berlangsung secara berkelanjutan. Proses komunikasi massa ialah satu unsur yang istimewa dalam penggunaan saluran (Winarni, 2003). Teknologi pembagi atau media massa digunakan untuk mengirimkan pesan yang melintas secara jarak jauh, misalkan buku, pamflet, baleho, majalah, surat kabar, radio, televisi, rekaman musik atau lagu dan hingga saat ini ditambah dengan digital, telepon, satelit. Jadi tahapan komunikasi massa pada intinya sebagai tahap pengopengan simbol atau tanda yang berarti yang dilakukan lewat media atau perantara yang dapat digunakan untuk mencapai massa (sejumlah orang yang jumlahnya tidak terbatas) (Winarni, 2003).

#### **2.5 Hasil Dari Komunikasi Massa**

Komunikasi massa memiliki proses dan juga setelah itu proses ini akan menghasilkan hasil (Vivian, 2008). Hasil tersebut terdiri dari:

- a. Amplifikasi

Suatu pandangan yang terdapat dalam komunikasi massa, teknologi ini menyangkut media massa yang memberi komunikator seperti megafon. Contohnya seperti sebuah surat, umumnya surat berisi pesan untuk orang lain. Sebaliknya, penulis majalah, memiliki kemampuan mencapai banyak orang lewat majalah cetak yang ia tulis. Peralatan media massa membuat komunikator massa bisa memperluas (*to-amplify*) pesan yang dengan model yang tidak bisa dilakukan dengan komunikasi kelompok (Vivian, 2008), .

b. Tanggapan

Dalam hal ini proses komunikasi mengalami *feedback*, jadi adanya tanggapan dalam proses komunikasi massa atau umpan balik, seperti ketika adanya suatu komunikasi yang tidak tersalurkan dengan baik atau tidak dengar, biasanya tanggapan yang akan terjadi adalah berkata “apa?” atau “hah?” atau memandang dengan tatapan bingung.

Tanggapan ini adalah teknologi yang telah mereduksi penundaan, namun tanggapan juga tetap merupakan hambatan dalam komunikasi massa, namun sebaliknya, tanggapan ini memiliki keuntungan, bentuk komunikasi yang lain, seperti halnya komunikasi interpersonal dan kelompok yang mungkin dapat tanggapan secara langsung, tapi jangkauan audien komunikasi tidak dapat massif, seperti yang dapat dijangkau komunikasi massa.

c. Efek

Komunikasi menghasilkan efek, tujuan utama dari penyampaian pesan ialah menyebabkan efek. Seperti dalam contoh ahli pidato yang mungkin agar orang tertarik,

seorang *stand up comedy* yang ingin penontonnya tertawa dan seorang musisi yang ingin karyanya di apresiasi secara moril maupun materi.

## **2.6 Musik Sebagai Media Komunikasi Massa**

Definisi komunikasi massa dapat dibedakan dari jenis bahwa komunikasi massa ditujukan dari banyak populasi dan juga kelompok, tidak sekedar satu dari beberapa individu-individu (Romli, 2016). Komunikasi massa mempunyai alat-alat khusus dalam penyampaian komunikasinya agar komunikasi itu dapat sampai pesannya disaat yang bersamaan kepada masyarakat. Dalam hal ini komunikasi massa dapat diartikan sebagai suatu penyampaian pesan dari komunikator kepada khalayak banyak, melalui media oleh komunikan dengan waktu yang serentak dalam penyampiannya.

Musik memiliki persamaan dengan komunikasi massa, yang dimana musik merupakan suatu pemaknaan yang di kemas dan menjadi pesan tertentu hingga dapat diterima oleh khalayak. musik adalah sebagai bunyi yang disukai manusia dan enak didengar. Schafer ia adalah seorang komposer, penulis, penyiar, insinyur, ahli musik dan akustik asal Perancis (Haryanto, 2019).

Jadi, musik itu sendiri merupakan komunikasi yang berlangsung satu arah antara sang musisi kepada pendengar. Dalam ilmu komunikasi, musik juga suatu komunikasi massa. Komunikasi ialah tahapan pengiriman pesan dari komunikator pada komunikan. Dalam komunikasi massa musik merupakan pengiriman pesan atau bisa dikatakan media yang efektif, dapat disimpulkan bahwa sang pengarang lagu merupakan

komunikator lalu lirik dan nada sebagai media penyampaiannya serta masyarakat sebagai komunikannya.

## **2.7 Lagu**

### **a. Lagu Sebagai Bentuk Komunikasi Massa**

Lagu adalah salah satu bentuk dari musik. Lagu sebagai media komunikasi massa yang memiliki kemampuan untuk mentransmisikan atau menyebarkan pesan (Yuliarti, 2015). Menurut Przybylek dalam Marloysa (2019), lagu adalah musik pendek yang menggabungkan melodi dan vokal. Lagu merupakan bagian dari seni. Seni suara memiliki fungsi yang sama dengan keseharian kita yaitu bahasa sebagai alat ekspresi dan komunikasi dalam sebuah lagu, dapat memiliki arti tersendiri tergantung cara penyampaiannya (Aenun, 2017). Lagu ialah suatu komposisi pendek yang dimaksudkan atau menyesuaikan nyanyian khususnya dalam bait irama; lirik; balada, namun lagu yang tidak memiliki lirik adalah lagu instrumental yang dimana isi dari lagu tersebut adalah nada-nada serta alunan alat musik tanpa adanya vokal atau sang penyanyi (Marloysa, 2019).

## **2.8 Lirik lagu**

Dalam sebuah lagu didalamnya tentu terkandung sebuah lirik yang telah dibuat sedemikian rupa agar lagu tersebut memiliki nyawa dan dapat menyampaikan pesan lebih dalam. Dalam pengertiannya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, lirik adalah karya sastra atau puisi yang berisi curahan hati seseorang yang telah tersusun

dalam sebuah nyanyian. Lirik lagu yaitu tumpukan atau kumpulan kata yang bernada, dan didapat berdasarkan pengetahuan sehari-hari, atau bentuk dari ekspresi seseorang tentang suatu hal yang sudah dilihat, didengar maupun dialaminya (Samsis, 2020). Gaya bahasa dan penyimpangan isikata termasuk permainan bahasa saat membuat lirik lagu (Awe, 2003).

Sebuah lirik lagu memiliki gaya bahasa yang berbeda dalam penyampaian. Lirik lagu dapat berupa kritik sosial, cara penyampaian dan cara membawakan musiknya juga berbeda ketika ada lirik lagi yang bersifat curahan hati yang memiliki masalah hati cinta, kebahagiaan dan lainnya, semua tergantung pada bagaimana cara sang pengarang lagu tersebut ingin membawakannya serta makna apa yang ingin disampaikan. Ketika sebuah lagu telah tercipta maka para khalayak yang akan mendengarkan atau menerima. Dalam asumsi dan makna yang diterima oleh khalayak dalam satu buah lagu terkadang berbeda-beda.

Lagu, lirik dan musik merupakan suatu kombinasi yang tergabung dan tidak dapat dipisahkan. Musik merupakan nada-nada atau irama yang menunjang keberhasilan sebuah lagu dan maknanya dapat tersampaikan dengan baik kepada khalayak. Dari pengertian ini dapat dikatakan bahwa suatu lagu memiliki karakteristik agar bermakna sempurna hingga pesan dalam lagu tersebut dapat tersampaikan, dan dalam industri musik pengarang harus mengetahui bahwa lagu yang dapat diminati itu adalah lagu yang seperti apa, agar dapat menghasilkan dari segi industrial.



## **2.9 Lagu Sebagai Media Komunikasi Massa**

Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para pesertanya (orang-orang yang sedang berkomunikasi), dan komunikasi ialah isi yang disampaikan kepada komunikan dari komunikator lewat suatu perantara baik itu langsung ataupun tidak yang berimbas pada komunikan sesuai kemauan komunikator (Mulyana, 2005). Dalam karya berupa lagu sang pengarang lagu berupaya menyampaikan pesan komunikasi yang dimana bertujuan agar pesan atau lagu ini dapat tersampaikan dengan baik dan menjadi hasil dari sebuah produksi didalam industri musik.

Musik digolongkan kedalam salah satu bagian komunikasi massa. Suatu penyampaian pesan dari komunikator untuk komunikan, dalam media komunikasi massa, musik digolongkan sebagai media penyampaiannya, dan musik merupakan media yang efektif untuk menyampaikan pesan (Vivian, 2008). Musik sebagai media komunikasi massa disini terlahir dari sang pengarang lagunya maupun musik yang tujuannya untuk didengarkan oleh komunikan dan para pendengar bisa larut dalam pesan yang disampaikan dan bahkan hingga berdampak entah itu *feedback*, perilaku, hingga pembentukan karakter dari seorang manusia.

## **2.10 Musik**

Menurut KBBI (1990 : 602) musik merupakan pengetahuan tentang seni penyusunan adalah nada atau suara yang diungkapkan, pencampuran dan hubungan

guna menghasilkan komposisi (suara) yang memiliki kesatuan nada atau suara yang terstruktur sedemikian rupa sehingga mengandung suatu irama yang harmonis. Musik merupakan ekspresi manusia berbentuk suara serta nada yang mengandung ritme, serta harmoni yang dikenal masyarakat dari waktu ke waktu (Rian Wiguna, 2020).

### **2.10.1 Hakikat Musik**

Ada banyak teori serta jawaban pada hakikat musik menurut Banoe (2013), hal ini adalah suatu peninjauan secara psikologis atau secara substansi musik. Macam-macam teori ialah :

- a. Teori dari Darwin menjelaskan musik ialah pernyataan murni dan rasa hidup, terutama mengenai rasa hidup seksual.
- b. Teori pernyataan yang beranggapan musik sebagai suatu pernyataan emosional manusia.
- c. Teori peniruan yang menganggap musik adalah peniruan nyanyian burung-burung atau suara alam .
- d. Teori ritmik dari Bucher menganggap musik timbul dari gerakan ritmik, dan menghubungkan musik dengan hari.
- e. Teori melodi bicara Spencer, Herder dan Rousseau beranggapan musik muncul dan pemberian tekanan pada suara, intonasi (tinggi rendahnya suatu suara), dan emosi bicara.
- f. Teori kontak oleh Stumpf menganggap musik timbul dari memanggil atau menyerukan tanda-tanda.

### **2.10.2 Fungsi musik**

Menurut Merriam (1964), fungsi musik antara lain:

a. Fungsi Pengungkapan Emosional

Sebagai media pengungkapan rasa atau emosi untuk seseorang.

b. Fungsi Penghayatan Estetis

Seseorang dapat merasakan nilai keindahan melalui melodi atau dinamika.

c. Fungsi Hiburan

Musik mempunyai kegunaan sebagai hiburan, atau kata lain musik berisikan mengacu pada pengertian bahwa sebuah musik pasti mengandung komponen bersifat menghibur. Bisa terlihat dari melodi juga liriknya.

d. Fungsi Komunikasi

Musik pada suatu daerah memiliki kebudayaan berisi sinyal tertentu yang hanya dikenali masyarakat kebudayaan tersebut, dinilai dari lirik juga melodimusik tersebut.

e. Fungsi Perlambangan

Musik melambangkan suatu hal salah satunya yaitu tempo. Jika tempo lambat, maka biasanya lagu atau musik tersebut terkesan menyedihkan.

f. Fungsi Reaksi Jasmani

Musik bisa memacu sel saraf manusia hingga membuat tubuh bergerak sesuai irama, jika semakin cepat menjadikan gerakan juga akan semakin cepat, berlaku pula sebaliknya.

g. Fungsi yang Berkaitan dengan Norma Sosial

Musik bisa berguna sebagai media pengajaran atas peraturan. Penyampaianya biasanya melalui teks nyanyian yang mengandung aturan.

h. Fungsi Pengesahan Lembaga Sosial

Musik mempunyai memiliki kapasitas penting saat upacara, tidak sekedar sebagai pengiring.

i. Fungsi Kesenambungan Budaya

Fungsi ini memiliki kemiripan dengan fungsi yang berhubungan dengan norma sosial. Dapat berupa ilmu tentang kelanjutan sistem kebudayaan.

### 2.10.3 Jenis – Jenis Aliran Musik

Musik mempunyai beragam gramatika atau dikenal dengan istilah *genre*. Tiap *genre* terpecah menghasilkan *sub-genre*. Pengkategorian musik sejenis ini, kadang adalah hal yang biasa tapi hal ini termasuk cabang ilmu yang dipahami para ahli musik dunia (Debi Bagus, 2019). Beberapa *genre* dan *sub-genre* tersebut diantaranya yaitu:

a. Jazz

Musik dimainkan oleh masyarakat Afro-Amerika

b. Blues

Blues terdiri dari 8, 12, dan 16 bar. *subgenre* blues ialah *RnB*, *Gospel*, dan *Soul*.

c. Funk

Funk mengandung musik tarian Afrika-Amerika. Biasanya musik ini dikenal dengan ritme yang singkat, perkusi yang menonjol, dan terdapat aliran jazz didalamnya, serta kesan gembira yang didapati saat mendengarnya.

d. Metal

*Genre* metal juga berkembang menjadi berbagai macam seperti hardcore, post hardcore, screamo, metalcore, dan lainnya.

e. Pop

Nama pop ini berasal dari “*populer*” dan merupakan *genre* musik yang mudah didengarkan dan gampang untuk dihapalkan dari segi liriknya. Musik pop sangat berkembang pesat di Indonesia dari segi penggemarnya juga sangat banyak dan musik ini memang umum untuk didengarkan dalam situasi dan kondisi apapun. Seiring berkembangnya musik hingga saat ini musik pop seringkali diimprov dengan *genre* lain dan banyak band Indonesia yang melakukan hal itu salah satunya Koes Plus yang menganut *genre* pop dan *Rock and Roll*.

f. Rock

Rock lahir dari pencampuran antara *genre* musik *Rythem* and *Blues*, *Country*, *Jazz* dan klasik. Rock mempunyai ciri khas yang didominasi oleh Vokal, Gitar, Drum, maupun *Synthesizer*. Pada beberapa kurun waktu *genre* musik ini menghasilkan *sub-genre* seperti *Soft Rock*, *Glam Rock*, *Hard Rock*, *Progressive Rock*, *Punk Rock* dan *Alternative Rock* (Maryono, 2018). Indonesia juga memiliki band legendaris yang populer pada tahun 1970 yaitu God Bless yang didengan Achmad Albar selaku vokalis bersama kawan-kawannya yang memiliki ciri khas di suara dan juga dandanan saat tampil di atas panggung.

#### 2.10.4 Unsur- Unsur Musik

Musik memiliki unsur-unsur agar dapat dikatakan hal itu sebagai musik. Dari banyak ahli ada beberapa unsur-unsur musik seperti dalam Banoe (2013) yaitu:

- a. *Dr. Mantlehood, Dr.J, Kunst, Prof. Gehrels* menyatakan musik memiliki 3 unsur yaitu: melodi, ritme dan harmoni
- b. *Aaron Copland* menyatakan musik mempunyai 4 unsur: melodi, ritme, harmoni dan tone colour (warna nada).
- c. Bapak Drs. Suthasoma yang merupakan Dosen Akademi Musik Indonesia (AMI) di Yogyakarta berpendapat musik merupakan bentuk interpretasi yang bila di telaah berasal dari 3 unsur pokok yakni bersifat materil (ekspresi, dinamis, tempo); bersifat moral berupa ritme, melodi, teks (kata-kata) serta bersifat harmoni.

## **2.11 Penggemar**

### **a. Pengertian Penggemar**

Penggemar atau *fans* merupakan sekumpulan orang yang memiliki rasa kagum terhadap seseorang atau grup tertentu. Ada pihak tertentu yang dapat menyatukan penggemar agar dapat mendapatkan informasi terbaru. Gemar juga dapat dikatakan sebagai suatu bentuk kesukaan seseorang terhadap sesuatu yang bisa dipengaruhi banyak hal, bisa pengaruh karena didikan semasa kecil, kenangan yang melekat dalam hidup seseorang, maupun hal lainnya. Sesuatu yang kita gemari belum tentu disukai orang lain karena karakter dan pengalaman hidup kita juga berbeda-beda (Wishandy, dkk., 2019)..

Dalam penggunaan kata gemar dalam Bahasa Indonesia dapat diberi imbuhan diantaranya yang sering kita dengar dan digunakan adalah menggemari, penggemar, dan kegemaran. Dalam hal penggemar ini berarti penyuka sesuatu mulai dari musik, barang hingga lainnya.

#### **a. Kriteria Penggemar**

Sesuatu bisa dapat disebut penggemar jika seseorang memang benar-benar menyukai sesuatu yang disukainya (Rizki, 2018). Berikut merupakan beberapa kriteria penggemar, yaitu:

##### **1. Tidak Musiman**

Biasanya penggemar yang benar-benar itu tidak akan ‘musiman’. maksud musiman itu sendiri ialah penggemar yang menggemari sesuatu hal jika sedang pada suasana hatinya saja atau ikut-ikutan dari lingkungan berkawannya.

##### **2. Fanatik (*Pure Fandom*)**

Penggemar yang terlalu menyukai suatu hal, tidak memikirkan waktu, uang, bahkan lingkungan sekitar. Banyak penggemar fanatik yang rela berkorban apapun demi mencapai hal yang disukainya.

##### **3. Pengetahuannya Yang Luas**

Dalam menggemari sesuatu tentu seseorang tidak akan “buta” dengan apa yang digemarinya. Penggemar dari sesuatu hal pasti ia tahu akan seluk beluk hingga mendetail dari yang digemarinya, contoh ketika seseorang menyukai grup band ia pasti akan memperhatikan grup tersebut dari biografinya hingga lagu-lagunya



yang terbilang hafal semuanya dan seseorang akan terus mencari tahu tentang apa yang di miliki dari grup band ini.

#### **4. Penggemar Dalam Komunikasi Publik**

Komunikasi Publik adalah komunikasi antar satupembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Pada *fans* atau penggemar sesuatu biasanya mereka terkadang mengalami hal dimana ketika menonton konser atau acara musik secara *live*, saat salah satu personil grup band ini sedang berbicara atau bertanya secara serentak mereka akan membalas, hal ini merupakan suatu komunikasi yang prosesnya secara langsung (Mulyana, 2005). Selain itu, komunikasi publik atau *public speaking* sebagai proses pesan untuk menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam suatu situasi yang mana seorang sumber mengartikan sebuah pesan ke penerima pesan (Pearson, dkk, 2003).

Komunikasi publik memiliki ciri-ciri diantaranya yaitu terjadi ditempat umum (publik), misalnya di auditorium, kelas , tempat ibadah atau tempat lainnya seperti konser live yang di tonton banyak penggemarnya seperti tadi dicontohkan, hal ini merupakan peristiwa sosial yang biasanya telah direncanakan yang didalamnya telah disusun dan memiliki agenda untuk berlangsungnya suatu pagelaran (Mulyana, 2005). Penggemar umumnya sangat menantikan acara atau melihat langsung sang idolanya



entah itu bernyanyi, berpidato, menari, hingga hal lainnya yang dapat mempengaruhi psikologis dan jiwa seseorang.

## **2.12 Reception Studies**

### **a. Pengertian Resepsi**

Resepsi berasal dari bahasa latin “*recipere*” yaitu menerima, dan *reception* dalam Bahasa Inggris yang artinya penerimaan. Dapat dikatakan resepsi ialah pengolahan teks dan upaya pemberian makna terhadap tayangan sehingga memberikan respon terhadapnya. Resepsi berarti menerima atau penikmatan karya oleh pembaca. *Reception analysis* berpacu pada perbandingan antara analisis tekstual rencana media serta rencana umum, lalu diinterpretasikan pada konteks (Ido, 2008). Resepsi berfokus pada pemakaian media seperti refleksi dari isu sosial budaya, serta sebagai tahapan dari pemberian makna melalui persepsi masyarakat berdasarkan pengalaman (Ido, 2008).

Pada penelitian resepsi, sebagaimana analisa penerimaan tentunya dapat membuahkan sesuatu. Maksud dari resepsi sendiri adalah ketika sebuah karya atau apapun yang diciptakan oleh seseorang dapat diterima dari awal terbit atau lahir hingga seterusnya karya tersebut dapat dikatakan sebagai karya yang abadi dan berkumandang tanpa henti dan tak lekang oleh waktu. Antara masa lalu dan kini dibutuhkan adanya dialog, dan resepsi dibutuhkan guna menghubungkan antara teks masa kini dan sebuah

teks masa lalu, jadi dalam hal ini resepsi harus dapat diterima oleh orang secara langsung perlu waktu dan pembenahan agar resepsi atau penerimaan tersebut bisa tersalurkan dengan sempurna. Jadi *reception analysis* berpusat pada bagaimana masyarakat menerima isi teks itu. Karena isi dari media mempunyai makna beragam. Hingga masyarakat akan mendeskripsikan isi yang diterima sesuai dengan perspektifnya (Toni & Dwi, 2017).

#### **b. Makna *Reception Studies***

Analisis resepsi berpusat tahapan memaknai dan penangkapan yang dalam atas suatu teks media, serta bagaimana individu mendefinisikan isinya. Analisa resepsi merujuk pada hubungan antara teks dan pembaca atau audiens. (Baran, 2011). Seperti yang kita ketahui komunikasi pada umumnya tercipta oleh perantara media agar suatu komunikasi dapat terjalin dengan baik dan dapat tersampaikan. Makna pada teks pada bersifat terbuka sehingga memungkinkan orang mengerti dan mendefinisikan pesan secara lain. Analisis resepsi berusaha menganalisis dengan menyingkap dibalik pernyataan audiens. Dalam hal ini peneliti ingin mengungkap dan juga makna-makna yang tersimpan dalam pembaca atau pendengar dan juga dari fenomena-fenomena yang ada sebagai objek penelitian.

Selain mendapat makna atas pengertian dan interpretasi teks media, tentunya akan memperoleh keterangan tentang alasan terjadinya perbedaan pemahaman seorang pembaca, alasan para pembaca bisa memahami teks yang sama dengan berbeda, faktor-faktor kontekstual yang mungkin berbeda dalam segi pembacaan, cara teks-teks kebudayaan diartikan oleh audiens.

Terdapat tiga bentuk pemaknaan antara penulis dan pembaca, serta bagaimana pesan itu dibaca diantara keduanya (Eriyanto, 2009)s:

1. *Accepting* (dominan), yaitu keadaan menerima atau setuju dengan media yang diperoleh
2. *Negotiated*, yaitu posisi dapat menerima ataupun menolak tapi memiliki alasan tertentu
3. *Oppositional*, yaitu keadaan tidak sejalan dengan isi media yang diterima.

### **Konseptual**

Dalam Susilo (2018) Konseptual adalah abstraksi, yang diungkap dalam kata-kata, yang dapat membantu pemahaman. Definisi operasional terdiri dari sekumpulan instruksi mengenai cara mengukur variable yang telah didefinisikan dalam sebuah penelitian.

Dalam hal ini peneliti mencoba mensederhanakan situasi pada saat penelitian dilakukan dengan cara Konseptual atau menetapkan sebuah pemaknaan dalam resespi sebuah lagu Koes Plus Hidup yang sepi.